



**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**  
**CURSO ACADÉMICO 2018/2019**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**MODELO DE NEGOCIO EN INTERNET: PATREON**  
**INTERNET BUSINESS MODELS: PATREON**

**AUTOR: JESSE REGALADO NUÑEZ**  
**TUTORA: MARÍA ELENA GARCÍA RUIZ**

**FEBRERO 2019**

.

## Índice:

### Resumen

- 1) Introducción y causas por las que surgen estos patrones
  - A. Presencia de internet
  - B. Cambios en los hábitos de consumo
  - C. Ruptura de la relación empresas-bancos
- 2) Comparación entre los modelos Kickstarter y Patreon
  - A. Definición patrón crowdfunding
  - B. Definición modelo Kickstarter
  - C. Definición modelo Patreon
  - D. Diferencias y Similitudes
- 3) Proyectos financiados con éxito
  - A. Características para poder ser financiado
  - B. Funcionamiento
  - C. Ejemplos top 5 mundial, creadores de contenido con Patreon
    - a. Philip DeFranco
    - b. Chapo Trap House
    - c. The try guys
    - d. Toast Simone Grietz
    - e. The morning Toast
- 4) Opiniones y claves para el funcionamiento de una campaña en Patreon
- 5) Patreon en España
  - A. Casos de incertidumbre
    - a. Canino
    - b. Politibot
    - c. Incognitosis
  - B. Casos de éxito
    - a. Anait Games
    - b. Dayo Script
    - c. Jaime Altozano
- 6) Alternativas a Patreon
- 7) Conclusión
- 8) Bibliografía

## RESUMEN

Este trabajo presenta una nueva forma de negocio y una forma de conseguir una financiación estable, conocida como Patreon. Esta iniciativa es una alternativa en la que un creador de contenido consigue un salario estable mensual a través de inversores que consiguen una contraprestación mensual. El motivo por lo que he elegido explicar el método de financiación Patreon es que esta plataforma es otra forma de financiación no tan conocida en la que se da una vuelta a la forma de funcionar de Crowdfunding, puesto que el método a explicar está aún introduciéndose, aunque cuenta con miles de usuarios. El objetivo que tiene este trabajo es analizar el modelo de negocio de Patreon, una fuente de financiación alternativa la cual posee unas características que la hacen ser diferente a la forma de financiación alternativa conocida como crowdfunding y que hacen que la primera plataforma se acerque más a la idea de un salario que a la de financiar un único proyecto. Haremos un completo análisis de las causas por las que este tipo de modelo de financiación ha surgido recalcando las tres causas que vemos más importantes las cuales son la penetración de internet y redes sociales a nivel mundial, los cambios en los hábitos de consumo de contenido y la ruptura de la relación entre empresas y bancos. Procederemos a considerar las características más importantes para empezar a crear una campaña en Patreon observando también las dispares opiniones acerca de esta plataforma. Asimismo, analizaremos los casos más exitosos a nivel mundial y que les hace atraer tanto público y por lo tanto conseguir unos ingresos más que significativo, identificando la posición de los creadores de contenido españoles en la plataforma, estudiando tanto, caso de éxito como de fracaso, las causas por las que esos fracasos se dan y los cambios que se tienen que dar más para que pueda haber campañas exitosas en nuestro país. Por último, revisaremos las diferentes plataformas alternativas que existen, así como las diferencias entre ellas y el porqué de su poco éxito o desconocimiento.

## **ABSTRACT**

This work presents a new form of business and a way to get a state financing known as Patreon. This initiative is an alternative in which a content creator achieves a monthly salary through investors who get a monthly consideration. The reason for which I have chosen to explain the Patreon financing method is that this platform is another form of funding not so well known in which there is a return to the way Crowdfunding works, since the method to be explained is still being introduced, although it has thousands of users. The objective of this paper is to analyze Patreon's business model, an alternative source of financing which has a characteristic that makes it different from the alternative financing known as crowdfunding and that makes the first platform closer to the idea of a salary than the idea of financing a single project. We will make a complete analysis of the causes why this type of financing emerged emphasizing the three most important causes which are the penetration of internet and social networks worldwide, the changes of the habits of content consumption and the rupture of the relationship between companies and banks. We will proceed to consider the most important characteristics to start creating a campaign in Patreon also the disparate opinions about the platform. In addition, we will analyze the most successful cases worldwide and that make them attract so much public and so they achieve a more than significant income, we will analyze the position of Spanish content creators in the platform studying both success and failure and the reasons why these failures are the changes that have to be given more so that successful campaigns can occur in our country. Finally, we will review the different alternative platforms that exist as well as the differences between them and the reason for their little success or lack of knowledge.

## 1. INTRODUCCIÓN Y CAUSAS POR LAS QUE SURGEN ESTOS PATRONES

En la última década se ha producido un gran crecimiento de las tecnologías de la información, además de que las redes sociales y las plataformas de subida de contenido a la red han ganado importancia. Al mismo tiempo el usuario se ha vuelto más exigente con lo que ver, escuchar o disfrutar, por lo que surgen productos a la carta (Televisión, radio, entretenimiento...), esto es una corriente a tener en cuenta a la hora de enfocar un producto. Cada día se toman decisiones detrás de una pantalla, se crean negocios en red y los empresarios saben que se tienen que introducir en esta corriente y adaptarse. Además en esta década han ido surgiendo unos patrones de financiación que se adaptan a estas exigencias.

Para analizar las causas del surgimiento de estos patrones tenemos que tener en cuenta tres acontecimientos importantes, primeramente la importante presencia de internet y de las redes sociales en nuestras vidas, a continuación, los cambios en los hábitos de consumo de la sociedad y por último los problemas de financiación y la ruptura de la fuerte relación entre las empresas y los banco.

### PRESENCIA DE INTERNET

Con la introducción de las tecnologías de la información y la accesibilidad de estas para los usuarios, son muchos los que ven una gran oportunidad al usar internet para llegar a un público mayor lo que conlleva un coste menor que utilizando los métodos tradicionales a los que estamos acostumbrados. Actualmente la mayoría de transacciones y operaciones se realizan a través de la red, las redes sociales están presentes en casi todos los ámbitos de nuestra vida y las empresas tienen que estar presentes en estas para no ser olvidadas.

Empezamos analizando el porcentaje de penetración de internet en la población mundial para tener claro como es la distribución en cada continente y así tener una idea global del uso de internet.

En esta tabla podemos ver la penetración de internet en la población mundial a fecha del 30 de junio de 2018, el número de personas con acceso a Internet alcanzó los 7.635 millones, lo que supone alrededor del 55% de la población mundial. Sin embargo, tal y como muestra esta tabla de Statista, la tasa de penetración de internet tiene poco que ver en una región que en otra. Por ejemplo, mientras que el 95% de los residentes en Norteamérica y el 85,2% de los europeos cuentan con acceso a la Red, en África solo 36,1% tiene esa posibilidad. (Statista, 2018)

**Tabla 1.1 penetración de internet en la población mundial**

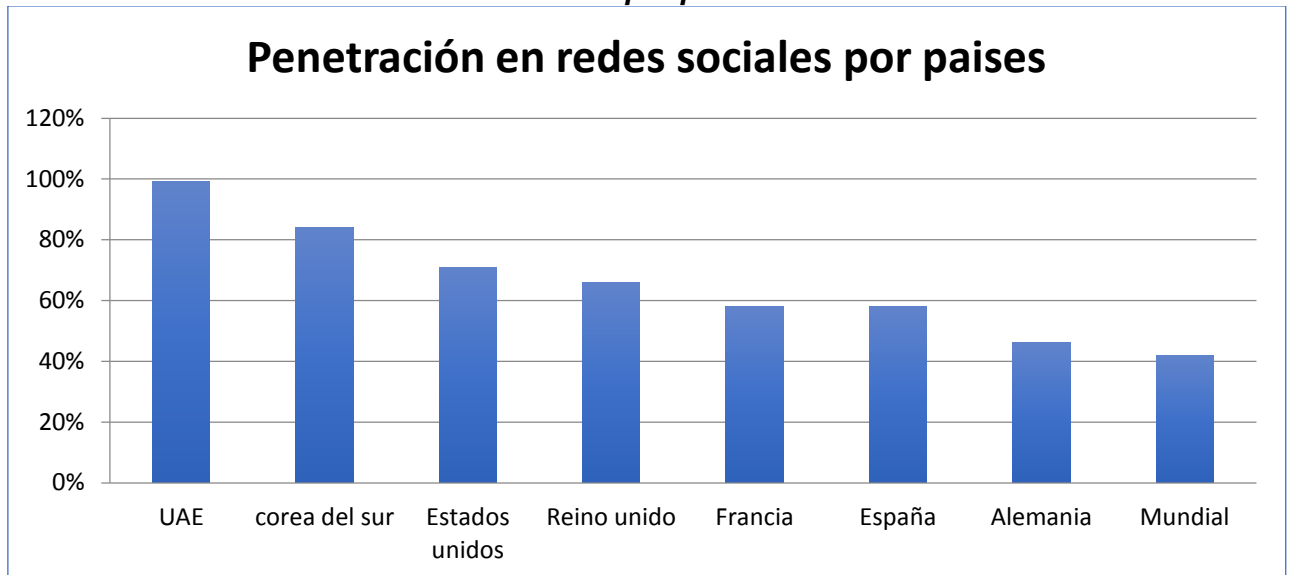
Área geográfica	% penetración de internet
Norteamérica	95,0%
Europa	85,2%
Oceanía	68,9%
Latinoamérica	67,2%
Oriente medio	64,5%
Asia	49,0%
África	36,1%
Mundo	55,5%

(Fuente elaboración propia según datos de Internet World Stats, 2018)

A continuación se analiza la penetración de las redes sociales por países para ver si esto afecta a los casos que veremos a continuación. ( Expansión, 2018)

Observando los países económicamente más poderosos podemos ver que todos superan la media mundial (42%) y todos menos Alemania (46%) supera la mitad de población conectada, destacando Estados unidos con un 71 % y Reino unido con un 66%.

**Tabla 1.2. Penetración de las redes sociales por países**

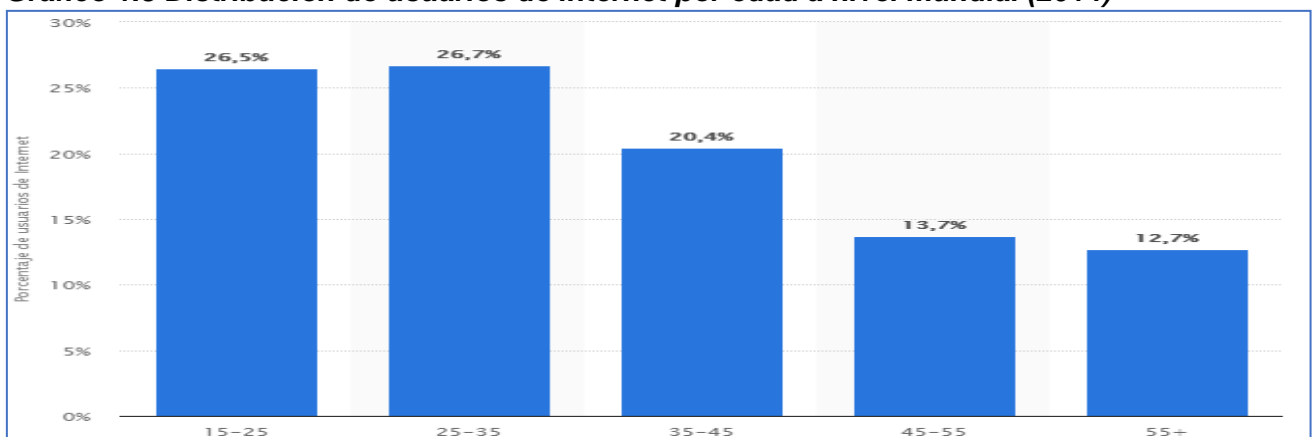


(Fuente elaboración propia según datos de marketing 4 ecommerce, 2018)

Seguidamente consideramos importante comentar la distribución de los usuarios por de internet por edad para sacar unas conclusiones sobre los usuarios principales de internet.

Este gráfico ofrece información sobre la distribución por edad a nivel mundial de los usuarios de internet. Según estos datos podemos decir que la mayoría de usuarios están en el rango de entre 15 y 35 años, lo que supone más de un 50% de los consumidores, en el otro extremo están los usuarios mayores de 45 años, que están distribuidos en dos rangos de edad, que suponen entre ambos poco más de un 25%.

**Gráfico 1.3 Distribución de usuarios de internet por edad a nivel mundial (2014)**



(Fuente statista, 2014)

## CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO

Por otro lado, los artistas ante el poco apoyo de las compañías tradicionales, las dificultades que ocasionan los intermediarios, el daño que hace la piratería y viendo que las formas de promocionarse habituales le dan la espalda, ven en internet un abanico de posibilidades de promoción propia y una forma de llegar al público más sencilla y con respuesta directa como puede ser en las redes sociales.

Desde otra perspectiva, los consumidores se están volviendo más exigentes acerca de lo que ver o lo que apoyar, viendo en internet una alternativa y mucho más independiente que los métodos tradicionales como pueden ser televisión, prensa y radio.

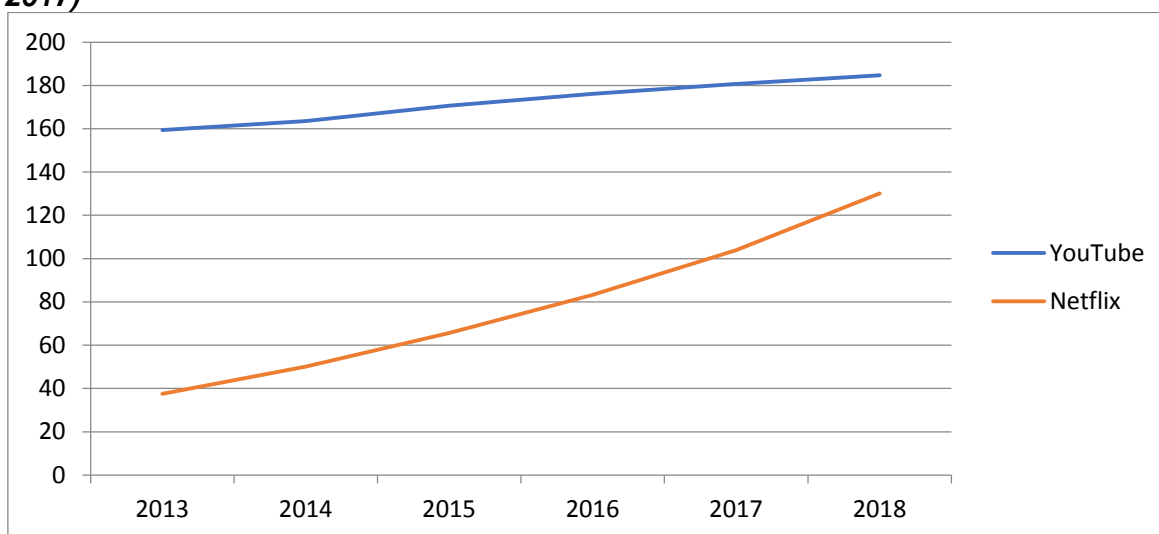
Según datos de Forbes, el consumo multimedia online ha sufrido un gran cambio desde la época de descargar archivos de música o video y transferirlos a los dispositivos. Actualmente existen plataformas como Netflix, Amazon prime, YouTube o la nueva ola de productos y servicios para consumir video. Según datos de un estudio que hizo google en 2017, YouTube es el segundo buscador más utilizado en el mundo. Este estudio también afirma que es una importante plataforma publicitaria ya que tiene un gran potencial, tiene unos usuarios muy comprometidos con un 95% de visibilidad de publicidad y un 95% de audibilidad de publicidad.

Este estudio también afirma que es una importante plataforma publicitaria ya que tiene un gran potencial, tiene unos usuarios muy comprometidos con un 95% de visibilidad de publicidad y un 95% de audibilidad de publicidad. (Forbes, 2017)

Es importante analizar la evolución de las principales plataformas de streaming de video como son YouTube y Netflix.

En la siguiente gráfica podemos observar la evolución de dos plataformas de contenidos multimedia como son Youtube y Netflix y el gran aumento en el número de usuarios que han experimentado ambas plataformas en los últimos 5 años. (Google partners, 2017)

**Gráfico 1.4 Evolución de los usuarios de Netflix y YouTube(En millones)(2013-2017)**



(Fuente elaboración propia a partir de los datos de YouTube y El Periodico, 2018)



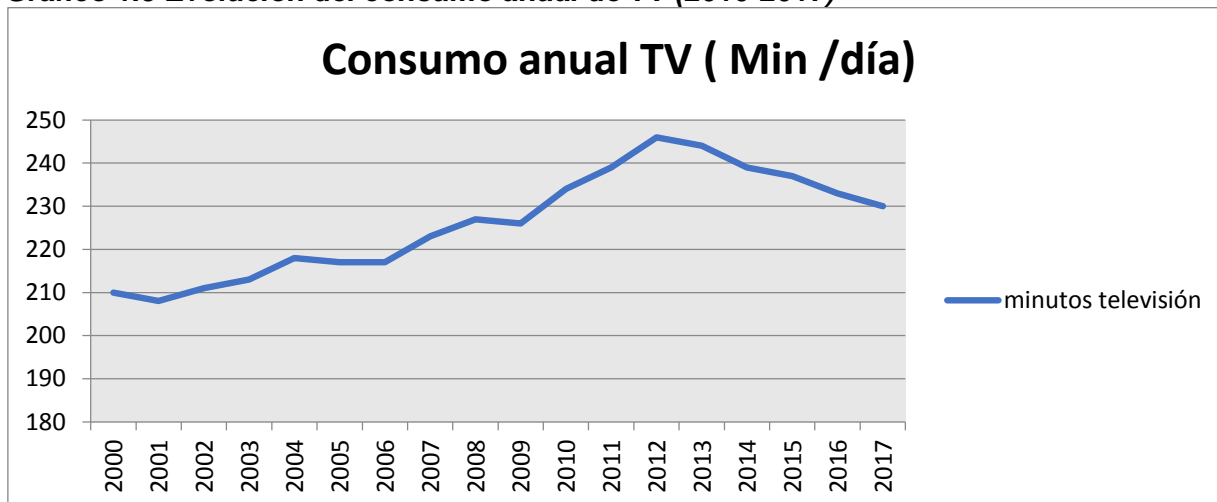
Por otro lado, un estudio de Nielsen revela datos del declive de la televisión tradicional, la conclusión más importante de este estudio se encuentra en el grupo de edad de 18 a 24 años, donde casi la mitad del tiempo de visualización de TV tradicional se ha trasladado a otras plataformas en los últimos 5 años. En el último año, la audiencia mensual se redujo de 77 horas a 64. El consumo de video en TV tradicional sigue siendo la fuente principal de consumo de video, pero poco a poco va disminuyendo. En términos de visualización la tendencia de televisión también es descendente y cada vez se consume más en PC, smartphones y tablets. Comparando los datos trimestrales de consumo medio de entre 2015 y 2016, el consumo de contenido de video en TV tradicional ha disminuido un 6% frente a la subida de 57%, 68% y 100% que han realizado el consumo en PC, tablets y smartphones, respectivamente. (Nielsen, 2016)

Conforme con los datos que nos indica Kantar Media, el declive del consumo de la televisión tradicional comienza en 2013, en el momento en el que plataformas de streaming como Netflix o HBO ganan importancia llegando a más público. (Marketing charts, 2017)

Incluso en cuestiones informativas, según un estudio de Pew Research, la televisión está a punto de perder la batalla contra internet. Según las conclusiones del estudio, el número de personas que usan la tele de forma regular para acceder a las noticias ha pasado de ser el 57% en 2016 al 50% en 2017. Por lo tanto se prevé que en 2018 internet adelantará por completo a la tele. (Puro marketing, 2018)

Procedemos a analizar la evolución del consumo anual de TV para ver la evolución negativa que se ha producido en los últimos años

**Gráfico 1.5 Evolución del consumo anual de TV (2010-2017)**



(Fuente Kantar Media, 2017)

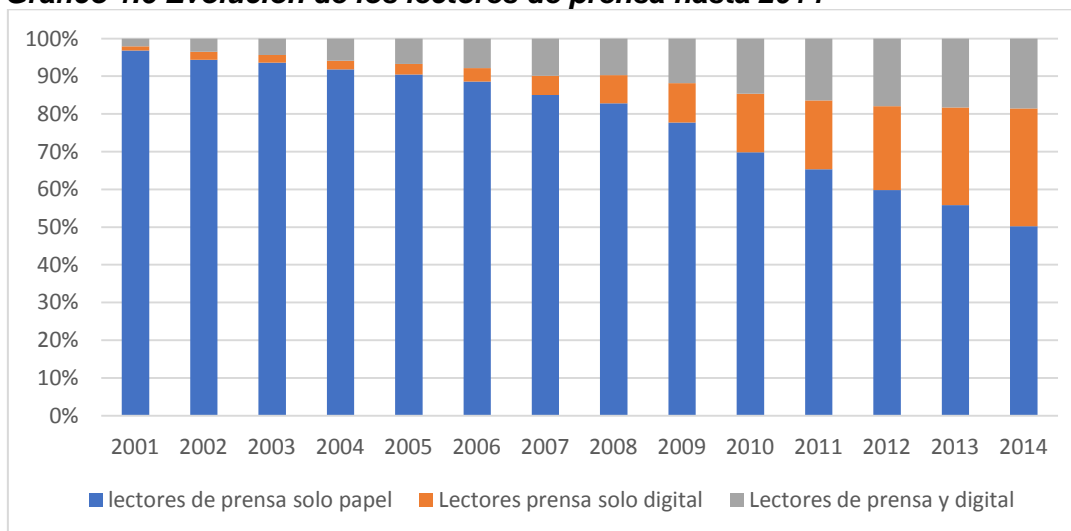
Tras analizar los datos sujetos al contenido multimedia a la carta, procedemos con el análisis del consumo de la prensa y sus dos vertientes, prensa en papel y prensa digital.

Según datos de AEDE, el consumo de prensa en papel se ha ido mermando a partir desde 2001 hasta nuestro día. A partir de 2007 se muestra un cambio significativo, el porcentaje de usuarios que consultan solamente prensa escrita baja de un 85% a un, 69% en solo 3 años, a su vez el porcentaje de lectores que solo consume prensa digital se ve incrementado, pasan de un 5% a triplicarse en el mismo tiempo, mientras

que los que utilizan ambos soportes ha aumentado de un 10% a un 15%. Los últimos datos que podemos consultar (2014) muestran que la mitad de usuarios consultan prensa en papel exclusivamente y el otro 50% lo hacen desde ambas plataformas o solamente en papel, alcanzando más de un 30% de los usuarios estos últimos. (Berenice Razzani, 2014)

Seguidamente se muestra el grafico de la evolución de los lectores en prensa desde 2001 hasta 2014.

**Gráfico 1.6 Evolución de los lectores de prensa hasta 2014**

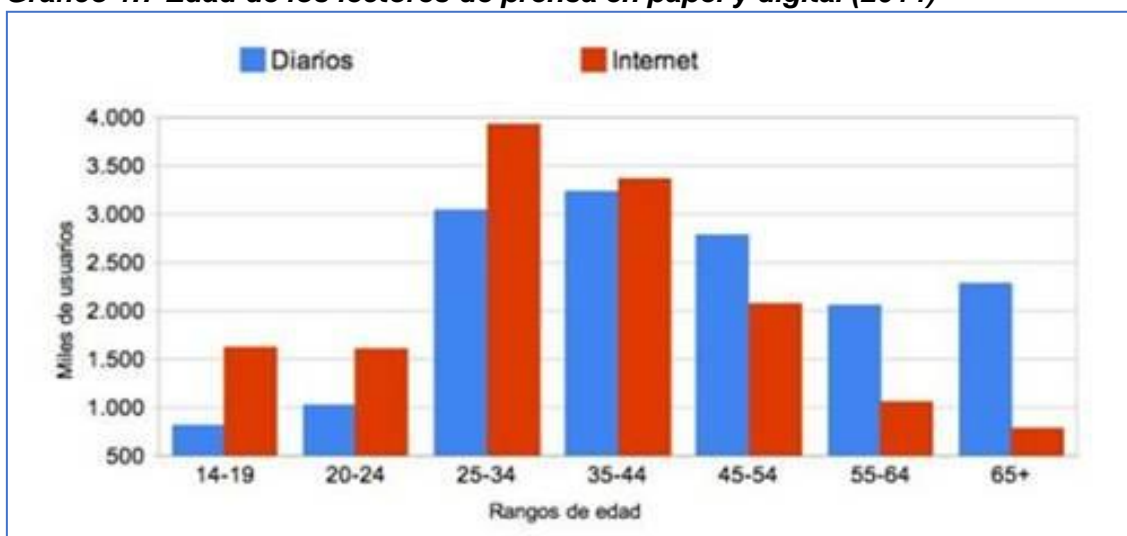


(Fuente elaboración propia según datos de AEDE, 2014)

Si nos fijamos en el desglose de los lectores, observamos una notable diferencia en la cantidad de usuarios, el rango de edad que elige el medio digital es de entre 14 y 44 años y no es a partir de los 45 años de edad cuando la prensa tradicional se impone a la digital. Esto puede deberse a que el rango de edad superior a 45 años, como hemos visto anteriormente, es el que menos porcentaje de usuarios de internet posee.

Después del análisis de la evolución procedemos con el análisis de la distribución de lectores de prensa escrita en papel o digital según el rango de edad.

**Gráfico 1.7 Edad de los lectores de prensa en papel y digital (2014)**



(Fuente AIMC, 2014)

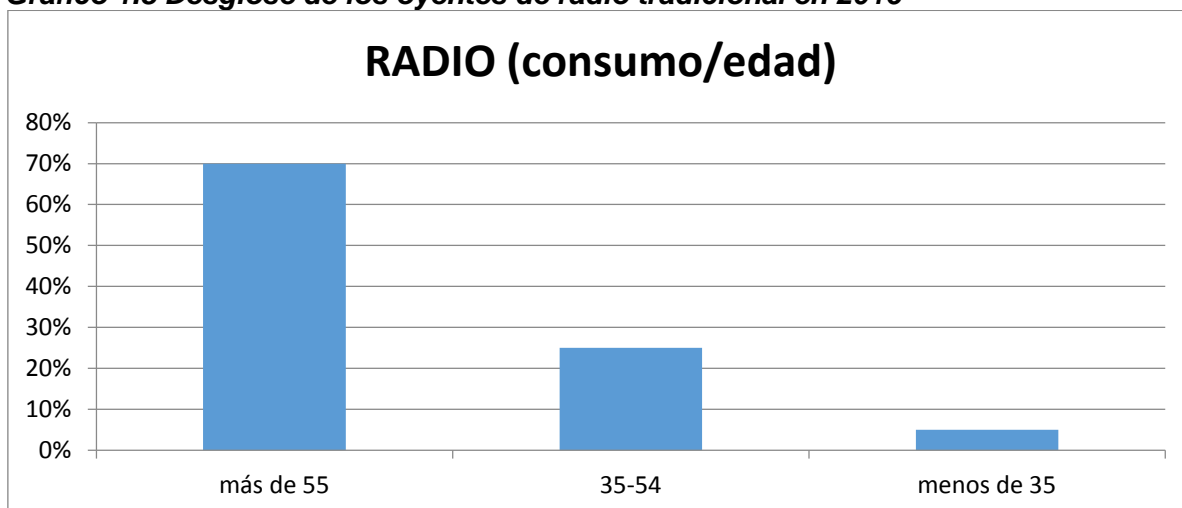
Por último procedemos a analizar el consumo de contenido auditivo, principalmente nos centraremos en la radio tradicional frente a las nuevas tendencias como la radio online o los podcast.

En el ámbito radiofónico también ha sufrido un cambio considerable, la introducción de la radio a la carta con podcast y radio online ha dejado a la radio tradicional un poco de lado. En las gráficas vemos el desglose de la audiencia de la radio tradicional y los podcast. (Digital news report, 2018)

Observamos que mientras en la radio tradicional la mayoría de oyentes ( más de un 60%) supera los 55 años de edad, el porcentaje de oyentes de podcast que supera esa edad no llega al 10%; en otro orden de cosas percibimos que la gente de menos de 35 optan por los podcast. (Esther Pizarro, 2017) (Enma Roderó, 2013) (Trends.e strategyblog, 2016)

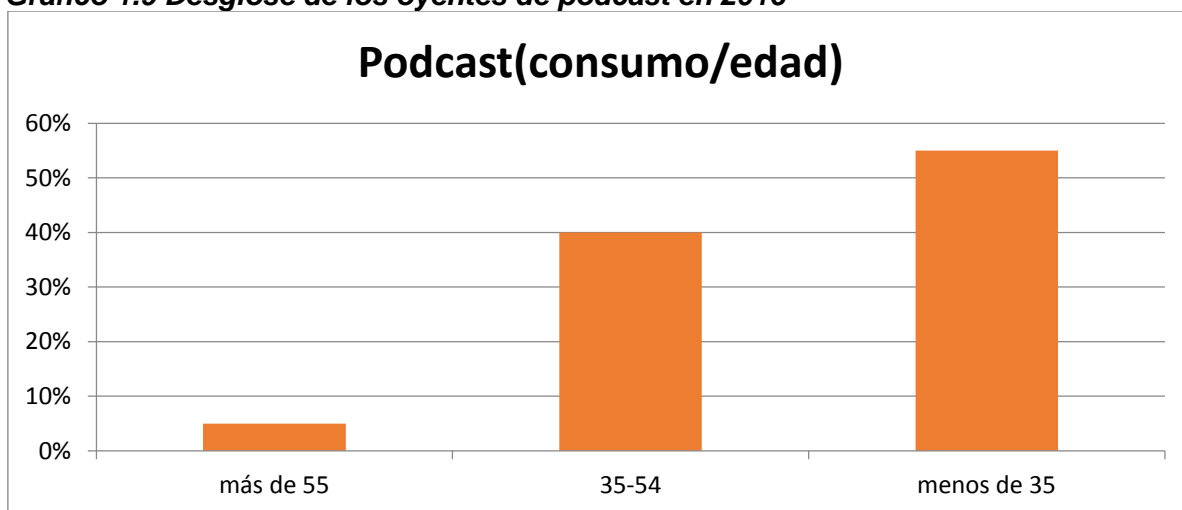
Se analiza el desglose por edad de los oyentes de la radio tradicional y el de los oyentes de podcast para ver las diferencias que existen entre ambas formas de consumo de contenido.

**Gráfico 1.8 Desglose de los oyentes de radio tradicional en 2016**



(Fuente elaboración propia según datos de Stadard Uk 2016)

**Gráfico 1.9 Desglose de los oyentes de podcast en 2016**



(Fuente: elaboración propia según datos de Stadard uk 2016)

Por lo tanto la radio tradicional ha tenido que renovarse, multitud de emisoras de radio han tenido que pasarse a producir radio a la carta con podcast o radio online al ver una oportunidad o teniendo que adaptarse a la demanda de los consumidores más jóvenes que ven la radio tradicional como algo desfasado y gastan la mayor parte de su tiempo en internet. (Marta Lázaro, 2014) (ABC, 2018)

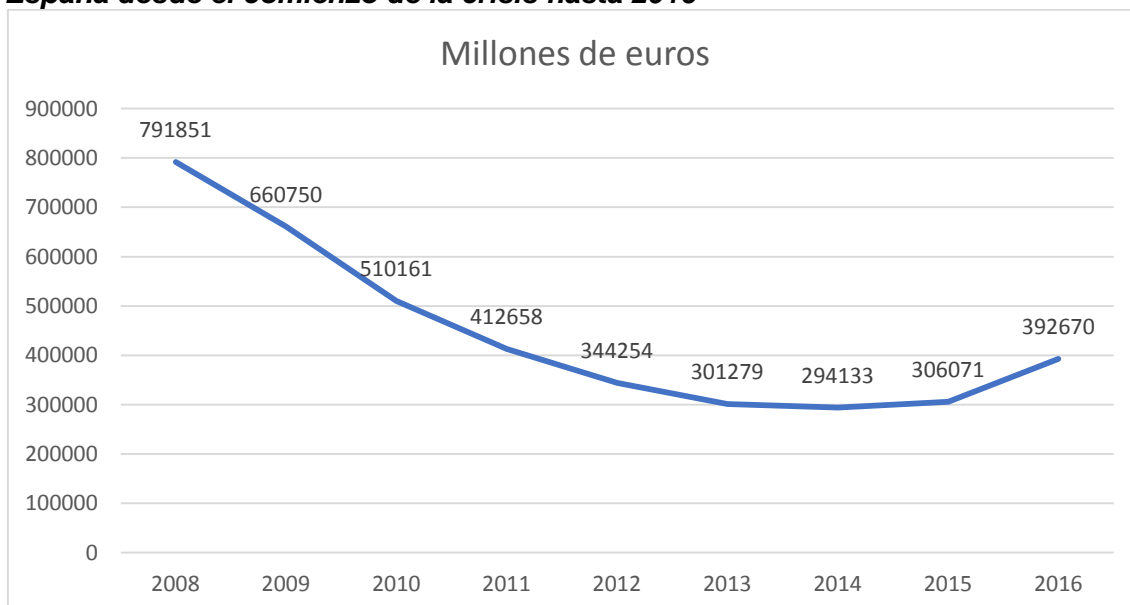
Habiendo analizado tres medios de información como son televisión, prensa y radio, podemos sacar varias conclusiones acerca de la evolución que han tomado los medios de comunicación desde hace diez años; en los últimos años el público ha sustituido los medios tradicionales por su equivalente en internet, los usuarios valoran mucho la disponibilidad y la inmediatez a la hora de disfrutar de algún servicio y a estos dos factores podemos atribuir este cambio. Además los medios en internet se ven más influidos por los consumidores por comentarios, puntuaciones y opiniones. Por lo que los propietarios de los medios han tenido que adaptarse a las demandas de los consumidores y tomar presencia en la red. Por contra oposición son las generaciones más mayores las que mantienen vivo los medios tradicionales.

## RUPTURA DE LA RELACIÓN EMPRESAS- BANCOS

Otro de los motivos que justifica la aparición de estos métodos de financiación alternativos es la poca disponibilidad de financiación por parte de la financiación bancaria tradicional. Para poder valorar si este motivo es concluyente procedemos a analizar la evolución de los préstamos del sistema bancario en España desde el comienzo de la crisis.

Con la crisis financiera, que comienza en el año 2008, comienzan los problemas de liquidez bursátiles, dado que los bancos endurecen las condiciones para conceder préstamos y requieren de avales o altos tipos de interés, los emprendedores y Pymes buscan otras alternativas para poder financiarse y sacar nuevos proyectos adelante. Es en este año cuando se comienzan a utilizar patrones de financiación colectiva como por ejemplo crowdfunding. (Mass Solution, 2018)

**Gráfico 1.10 Evolución de los préstamos por parte del sistema bancario en España desde el comienzo de la crisis hasta 2016**

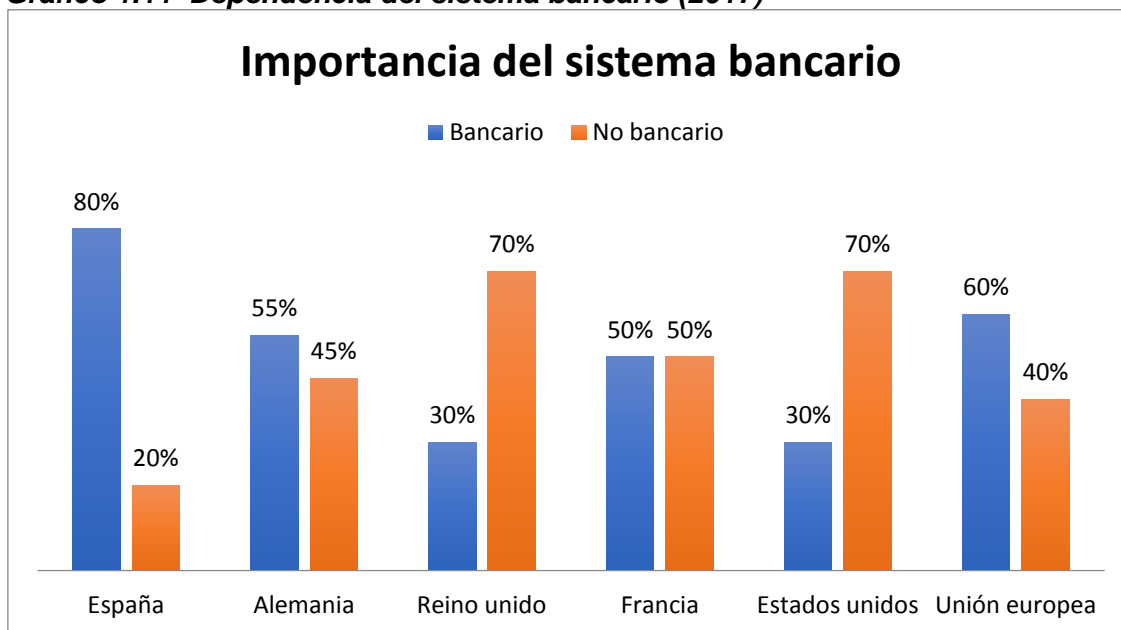


(Fuente CITIBANK, 2017)

Como podemos observar, en 2008 empezó la crisis financiera mundial, esta crisis afectó en mayor medida a países como España, ya que la principal financiación para emprendedores corría a cargo del sistema bancario. Siendo España uno de los países que más dependencia tiene con los bancos a nivel europeo. Mientras que otros países como Alemania o Reino unido reciben financiación a través de métodos alternativos, dejando a la financiación bancaria en un segundo plano.

Consideramos importante conocer cuánto depende cada país del sistema bancario para así hacernos una idea de la notoriedad del cambio.

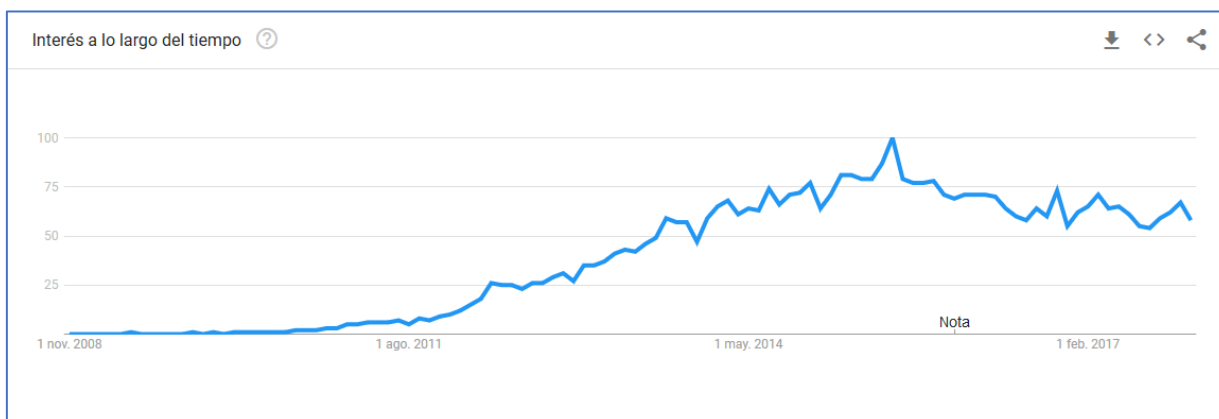
**Gráfico 1.11 Dependencia del sistema bancario (2017)**



Fuente: elaboración propia según datos de Mass Solution, 2017)

Tras analizar el tema de la banca creemos importante analizar cuándo empezó a popularizarse el término Crowdfunding para ello investigamos sobre la evolución del interés por el término Crowdfunding.

**Gráfico 1.12 Evolución del interés generado por el término crowdfunding**



(Fuente Google Trends, 2017)

A partir de 2011 el interés por crowdfunding empezó a crecer de manera considerable, estabilizándose a partir de 2015. Esto coincide con el los años en los que la financiación por parte de los bancos es más baja, por lo que podemos deducir que se

vio crowdfunding como una buena fuente de financiación alternativa a la propuesta por el sistema bancario. (Google Trends, 2017)

## **2 COMPARACIÓN ENTRE LOS MODELOS KICKSTARTER Y PATREON**

### **DEFINICIÓN DEL PATRÓN CROWDFUNDING**

Crowdfunding, micro-mecenazgo o financiación colectiva es además de una forma de financiación, un modelo de negocio. Crowdfunding se opone a las formas más habituales de financiación para las empresas. Tradicionalmente, para conseguir dinero con el objetivo de lanzar un nuevo producto o iniciar un negocio, necesitarías un gran plan de negocio con el cual conseguir convencer a unos inversores, ya sean bancos, business angels o empresas de capital riesgo.

Las plataformas de crowdfunding ofrecen a emprendedores una plataforma donde mostrar sus ideas de negocio; plataforma a la que cualquier inversor puede acceder y colaborar.

Podemos decir que este patrón consiste en alcanzar los fondos para sacar adelante un proyecto gracias a pequeñas aportaciones de muchas personas a través de internet en un límite de tiempo y de fondos. A su vez, estas aportaciones por lo general suelen ser respaldadas por una contraprestación que tenga que ver con el resultado final del proyecto. Tanto para los inversores como para los creadores existen una serie de ventajas:

- **Alcance:** Las campañas de crowdfunding son accesibles a miles de inversores los cuales pueden ver, interactuar y compartir tu campaña.
- **Presentación:** Presentar tu idea de negocio a través de una campaña de crowdfunding te da la oportunidad de poder dar una descripción mucho más extensa y poder responder a preguntas de afilencia interesada.
- **Marketing y relaciones públicas:** Al depender de ti mismo la creación de la campaña de marketing puedes invertir de la manera que creas más conveniente, principalmente por redes sociales, correo electrónico y otras tácticas de marketing online.
- **Eficiencia:** Una de las mejores cosas de la financiación online es la capacidad de centralizar y agilizar los esfuerzos de financiación.

En el patrón crowdfunding podemos distinguir varias modalidades en función de la contraprestación recibida; así pues podemos encontrar crowdfunding de donación en el que no hay contraprestación (suele ser utilizada para proyectos humanitarios o solidarios), Crowdfunding de inversión en el que se ofrece participación y un porcentaje sobre los beneficios, Crowdfunding de préstamo en el que se ofrece una rentabilidad sobre el dinero ofrecido y Crowdfunding de recompensa en el que se ofrece un producto o servicio relacionado con la operación principal en la que se lleva a cabo de financiación. Es este último el que más se asemeja al modelo Patreon. (Fundable, 2016)

### **DEFINICIÓN DEL MODELO KICKSTARTER**

Kickstarter utiliza el patrón crowdfunding como modelo de financiamiento. Es una variedad de autofinanciación la cual se define como “todo o nada” si la financiación no llega a la meta el dinero es devuelto; así se minimiza los riesgos para los creadores y les concede confianza a los patrocinadores. En todo caso los patrocinadores tienen a

su disposición una lista con los gastos, un margen de seguridad, las metas a alcanzar y un plazo. El proyecto tiene que ser un proyecto finito, con un objetivo claro. La mayoría de los fondos vienen de parte de fans. Los patrocinadores tienen la oportunidad de ver el proceso creativo. (Kickstarter, 2018)

## **DEFINICIÓN DEL MODELO PATREON**

Patreon es una web de crowdfunding para creación de contenido en curso, no proyectos únicos. El modelo Patreon funciona de una forma parecida al modelo de Kickstarter pero utiliza el crowdfunding para generar un sueldo estable a los generadores de contenido, estos exponen su obra o producto y aquellos interesados en mantenerles pueden contribuir con pequeñas aportaciones de forma periódica. El objetivo de Patreon para los usuarios que aportan es el de apoyar a creadores de contenidos y recibir una contraprestación periódica. En función del dinero aportado por cada mecenas(o patrón como la plataforma llama a los usuarios que aportan) reciben beneficios, tener acceso exclusivo a algunos apartados o incluso pueden influir en el proyecto dando sugerencias. (Beatrizxe, 2018)

El abanico de creadores de contenido de Patreon es muy amplio, entre muchos encontramos, músicos, escritores, dibujantes, dibujantes de comic, creadores de animaciones, fotógrafos, periodistas o creadores de contenido audiovisual. (Patreon, 2017)

## **SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE KICKSTARTER Y PATREON**

En primer lugar, analizamos las similitudes y diferencias entre los dos modelos, con el objetivo de diferenciarlos y compararlos para tener una visión más clara de cómo funcionan y a quién va dirigido.

Ambos se basan en financiación colectiva por parte de usuarios, con unas expectativas de financiación y un apoyo que quieren llegar a ser respaldadas. Estos modelos rompen con la forma clásica de sacar proyectos adelante, confiando en los seguidores los cuales se convierten en socios y parte del equipo del proyecto. En esencia, Kickstarter y Patreon cambian al inversor más tradicional con el que se apoyaban la mayoría de proyectos anteriormente y dan ese poder a los usuarios.

Las diferencias principales entre estos dos modelos se relacionan con las aportaciones y el tiempo, mientras que en el modelo de Kickstarter aportas una única cantidad y esperas a que el proyecto salga adelante, en Patreon las aportaciones son mensuales y el mecenas tiene la capacidad de influir en el proyecto. Además de eso, las compensaciones varían mucho en función de los autores, pudiendo ser varias a lo largo de un mismo mes. Por último, este modelo tiene un gran inconveniente en relación con el otro modelo, para lanzar con éxito una campaña de Patreon es necesario tener una gran base de seguidores y esto se consigue respaldándose en otras plataformas como pueden ser YouTube o Vimeo para contenido audiovisual, DevianArt para dibujantes o Flickr, Instagram o Tumblr para fotógrafos etc. Aparte de esto tienen gran importancia las redes sociales como método de promoción y nexo entre artistas y seguidores.

### 3 PROYECTOS FINANCIADOS CON ÉXITO

#### CARACTERÍSTICAS PARA PODER SER FINANCIADO

Para crear una cuenta de creador en Patreon no es necesario cumplir ningún requisito, pero hay que tener en cuenta que debes cumplir ciertas condiciones para que tus proyectos sean vistos y tengas el reconocimiento necesario para poder llegar a tus objetivos.

El proyecto: El proyecto es lo que vas a dar al mundo por el que vas a buscar una financiación en función de los gastos que te genere y los gastos añadidos. Los usuarios de Patreon por lo general distinguen dos tipos de proyectos: Creaciones de larga duración, en el que toda la financiación va para sacar adelante partes periódicas de ese proyecto, por ejemplo, un comic del que periódicamente van sacando tomos, o varias creaciones individuales que no tiene una duración en específico.

- Pagos: Hay dos maneras de recibir dinero en Patreon, uno es el pago periódico, generalmente mensual y el pago por proyecto.
- Objetivos y metas: Patreon permite diferentes metas, esto permite que los proyectos mejoren. Los desarrolladores eligen unas cantidades mensuales como objetivos, en el caso de que se superen, debería utilizarse para mejorar la calidad aún más.
- Promoción y relaciones con los mecenas: La promoción de los proyectos debe ser propia a través de redes sociales o plataformas dedicadas a compartir multimedia. Además de esto, la relación con los mecenas es muy importante y se debe tener en cuenta sus opiniones y sugerencias. A parte de lo señalado, los mecenas también pueden recibir anticipos, contenido exclusivo o participar en sorteos.
- Disponibilidad: Para comenzar con un Patreon debes tener disponibilidad a largo plazo ya que tienes un compromiso con tus mecenas para cumplir plazos y responder. (Subcultura, 2016)

#### FUNCIONAMIENTO

El proceso de creación de una cuenta en Patreon es muy sencillo, tras ingresar cierta información personal básica hay que adjuntar tus redes sociales y configurar un método de pago de los que te sigue la plataforma:

Después de elegir el método de pago te sugieren crear un video presentación de la campaña en el que se deje claro cuáles son las ventajas o la periodicidad de publicación, al igual que otras plataformas de financiación colectiva basadas en recompensas, Patreon permite ofrecer recompensas a los usuarios, y lo sugiere ya que los creadores exitosos tienden a ofrecer más de dos niveles de recompensa; la compañía sugiere lo siguiente al considerar que recompensas ofrecer:

- Acceso a la feed solo para patrons
- Fotos y videos del proceso creativo
- Un chat en vivo con usuarios
- Posibilidad de descargas MP3
- Recompensas físicas para los niveles más altos

Además de seguir los pasos que te indican o publicar un video de presentación debes seguir ciertas pautas que harán que la campaña sea más efectiva.



- Crear una comunidad cercada y que le guste lo que hagas antes de iniciar la campaña de Patreon.
  - Captar correos electrónicos de interesados antes de empezar la campaña para avisar cuando esta se lleve a cabo.
  - Mencionar la plataforma en tus publicaciones para generar confianza y añadir un banner para dirigir al público a tu campaña.
  - Hacer un chat con tus seguidores, antes, durante y después dure tu campaña, cuanto más cercana sea la comunicación mejor.
  - Aprender de otros creadores.
  - Publicar en las redes sociales, esto hace que el creador y el público esté más cerca y se puedan captar nuevos clientes.
  - Mantener la campaña actualizada, aunque operes en otra plataforma, como Youtube o Soundcloud, es importante mantener la página de Patreon con publicaciones actuales para que si alguien llega y no ve contenido reciente puede pensar que la campaña esta parada.
- (Valentín Acconcia, 2016)

## TOP 5 MUNDIAL CREADORES DE CONTENIDO EN PATREON

En el mundo hay muchos creadores de contenido que consiguen sus objetivos gracias a esta plataforma, bien es cierto que la mayor parte de trabaja en Estados Unidos, aunque su público es de todo el mundo. Por lo tanto analizaremos a los cinco creadores de contenido que a más mecenas satisfacen y con más ingresos para poder ver cuál es su clave de éxito.

### Philip DeFranco

Philip DeFranco es un creador de contenido para la plataforma YouTube nacido en Estados Unidos que tiene 32 años, conocido por publicar un show de noticias diarias conocido como “The Philip DeFranco show”, un noticiero en el que cuenta eventos de actualidad, política y cultura pop, en el da su opinión de forma satírica. Además de esto colabora en varios canales de YouTube, shows televisivos y es el CEO de The Phillip DeFranco network. (Youtube, 2018) (Wikipedia, 2018)

Actualmente tiene más de 6 millones de suscriptores en YouTube y más de 15.000 patrons. Su público principal son personas de entre 18 a 34 años. Desde 2008 ha ganado y ha sido nominado a numerosos premios como presentador y creador de contenido.(Track analytics, 2018) (Patreon “Philip DeFranco”, 2017)

En su página de Patreon hay 6 formas de aportar que van de entre 5 dólares a 1000 dólares mensuales con su correspondiente contraparte.

**Tabla 3.1. Recompensas que reciben los mecenas de Philip DeFranco según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
\$5	Códigos de descuento y cupones mensuales en su tienda, Acceso anticipado a los eventos, Acceso anticipado a nuevo contenido, Acceso al canal de Discord de los patrons, Acceso al Feed solo de Patreons,

<b>\$10</b>	Transmisiones mensuales, Acceso a un Preguntas Y Respuestas en directo, Todas las recompensas anteriores
<b>\$35</b>	Un cartel exclusivo cada 3 meses, Todas las recompensas anteriores
<b>\$100</b>	Una taza de café exclusiva cada 3 meses, Todas las recompensas anteriores
<b>\$500</b>	Es mencionado en cada episodio de phillyD vlog (vlog semanal), Todas las recompensas anteriores
<b>\$1.000</b>	Es mencionado en cada episodio de PhillipDeFranco show (show diario), Todas las recompensas anteriores

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

### Chapo Trap House

Chapo Trap House es un podcast de política y humor estadounidense que empezó en 2016 creado por Will Menaker, Matt Christman, Felix Biederman, Amber A'Lee Frost y Virgil Texas. Se publican dos episodios a la semana de 60 a 80 minutos de duración por lo general el episodio se compone de una apertura, una entrevista a un invitado y comentarios sobre la actualidad. (Patreon "Chapo Trap House", 2017)

Actualmente tiene más de 23.300 seguidores en Soundcloud, plataforma donde son subidos los podcast, y más de 22.500 patrons. En cuanto a su público nos encontramos con personas con opinión política de izquierdas (Soundcloud, 2018).

En su página de Patreon solo hay una única forma de aportar, la aportación que puedes realizar es de 5 dólares mensuales y daría acceso anticipado a los episodios del podcast semanal. (Patreon "Chapo Trap House", 2017)

**Tabla 3.2. Recompensas que reciben los mecenas de Chapo Trap House según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
<b>\$5</b>	Acceso a los episodios Premium semanales

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

### The try guys

The try guys es un show de comedia compuesta por Keith Habersberger, Ned Fulmer, Zach Kornfeld y Eugene Lee Yang, que escriben, producen, dirigen, filman y actúan en cada episodio.

Comenzaron en 2014 cuando publicaron 'Guys Try Ladies' Underwear por primera vez 'bajo BuzzFeed Motion Pictures. Desde entonces, sus videos virales han acumulado más de mil millones de visitas en las plataformas de sus redes sociales.

En su página de Patreon son más de 3.500 personas las que aportan a partir de 3 dólares. Los capítulos de esta serie son subidos a su canal de Youtube que ya alcanza los dos millones y medio de suscriptores. (Patreon “The try guys”, 2017)

**Tabla 3.3. Recompensas que reciben los mecenas de The try guys según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
<b>\$3</b>	Acceso anticipado de 24 h a los videos, Códigos de descuento y cupones mensuales en su tienda, Acceso anticipado a los eventos en directo
<b>\$5</b>	Acceso al canal de discord para patrons, Descargas exclusivas, Todas las recompensas anteriores,
<b>\$10</b>	Contenido extra mensual (detrás de cámara, tomas falsas...), Encuestas sobre contenido futuro, Acceso a Preguntas y respuestas” mensual, Todas las recompensas anteriores
<b>\$25</b>	Posibilidad de unirse en las transmisiones en directo, Una prenda cada tres meses de su tienda, Todas las recompensas anteriores
<b>\$50</b>	Una prenda de su tienda exclusiva para Patrons, Acceso a las salas de chat de discord de los productores, Todas las recompensas anteriores
<b>\$100</b>	Una mención en un video al final de todos los meses, Una pieza de merchandising firmado cada tres meses, Todas las recompensas anteriores
<b>\$500</b>	Accesorios y disfraces firmados cada tres meses, Una transmisión en directo exclusiva cada tres meses, Todas las recompensas anteriores

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

### **Simone Grietz**

Simone Grietz es una inventora, fabricante, presentadora de televisión y youtuber Sueca. En 2013 comenzó a subir videos a la plataforma Youtube hasta que consiguió

una base de fans estable en 2016 y comenzó a trabajar con Patreon. (Patreon “Simone Grietz” , 2017)

Actualmente las aportaciones las hacen 6.000 patrons y pueden ser de 3 o 5 dólares mensuales.

**Tabla 3.4. Recompensas que reciben los mecenas de Simone Grietz según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
\$3	Acceso a Mini blogs y blogs exclusivos
\$5	Trasmisiones en directo, Regalo de piezas o herramientas, Todo lo de la recompensa anterior.

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

### The morning toast

The morning toast es un podcast dirigido por dos hermanas que se dedican a contar situaciones del día a día desde un punto de vista cómico. Los show duran entre 50 y 120 minutos y son subidos semanalmente desde abril de 2017. (Patreon “The morning toast”, 2017)

Actualmente poseen más de 20.000 suscriptores en Youtube, 500 suscriptores en SoundCloud y más de 5.000 son las personas que aportan en Patreon que realizan aportaciones de 8 dólares mensuales

**Tabla 3.5. Recompensas que reciben los mecenas de The morning Toast según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
\$7,99	Acceso exclusivo a 5 episodios de podcast adicionales al mes sin restricción de tiempo, Contenido exclusivo, Entradas exclusivas para espectáculos, Acceso anticipado a actualizaciones de contenido y desarrollo de espectáculos

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

Tras analizar la información obtenida de los creadores de contenido que sacan más partido a esta plataforma, podemos afirmar que la mayoría de proyectos son digitales y con una frecuencia de publicación alta. Siendo Youtube y Soundcloud las principales opciones para compartir sus ideas, observamos que para que un proyecto se mantenga hay que tener una comunidad ya creada antes de comenzar, es complicado iniciar un proyecto desde el principio sin ser conocido; además afirmamos que sin estar constantemente activo en las redes sociales es imposible mantener un público fiel y dispuesto a aportar y mucho menos lanzar un proyecto a lo largo de un tiempo adelante.

#### 4. OPINIONES Y CLAVES PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA CAMPAÑA EN PATREON

Son muchas las opiniones que podemos encontrar sobre el funcionamiento de la plataforma.

Jack Conte músico, emprendedor, cineasta y cofundador de Patreon, afirma que si tienes un público fiel puedes ganar mucho más que con la publicidad y que es la única manera fiable de mantener proyectos artísticos en curso. (Jack Conte, 2013)

Cristopher Moore, escritor estadounidense, dice que solo es rentable si tienes un gran público, y que aún así es complicado que no solo sirva como un complemento. (Crishtofer Moore, 2017)

Jasson Vissers, escritor en Merchan Maverick, escribió un artículo hablando de la plataforma. En dicho artículo explica los puntos en los que Patreon es más fuerte y las otras características en las que no destaca. Como puntos a favor comienza explicando que la pagina es muy transparente y que nunca tiene la sensación de que hay algo que traten de ocultar o de origen a un error. Además no tiene las mismas políticas de restricción de contenido que muchos sitios de crowdfunding tienen. Esta plataforma es ideal para los creadores de contenido de forma continuada y está abierto a una gama más ampliada de creadores de contenido creativo que sus competidores. Por otro lado tenemos los puntos negativos; Debido al gran volumen de preguntas que les mandan, los usuarios se quejan de lo mucho que tardan en contestar, aparte de esto en 2017 surgieron dos problemas, los baneos y problemas para los creadores de contenido para adultos, categoría que en principio no tenía ningún tipo de restricción, y la eliminación de algunos suscriptores de algunos creadores de contenido, esto hizo que la plataforma se llevase duras críticas. El autor se queja también de los problemas con diseño de la página; la sección de ayuda no es tan extensa como debería ser, es difícil encontrar el desglose de los pagos y carece de herramientas promocionales incorporadas (aparte de la posibilidad de agregar enlaces de redes sociales a la campaña). Por último añade que es un problema la dificultad de encontrar gente que pague todos los meses, es más fácil encontrar personas que paguen una sola vez. (Jasson Vissers, 2017)

Peter Turner, presentador y productor, escribe un artículo en el que da su opinión sobre el funcionamiento de Patreon y quien es el verdadero beneficiado. Afirma que es la plataforma quien más se beneficia de su propio funcionamiento. La tarea que Patreon hace es solamente la de recoger el dinero, no hace nada para que el trabajo de los creadores llegue a más gente. Peter opina que la plataforma se aprovecha de los artistas, porque ellos son los que atraen al público. Para él el talento y el trabajo es lo que atrae al público y no la plataforma y que lo importante no es atraer un público fiel, es atraer a un público dispuesto a apoyara a los creadores. (Peter Turner, 2018)

Para David Olier, escritor de “El rincón de cabal”, el modelo que servicia Patreon es válido también para España, aunque seamos muy reticentes a entregar dinero por algo que podríamos conseguir gratis. Ve la plataforma como una solución muy interesante y atractiva para que los escritores puedan plantearse ingresar algo de dinero periódicamente antes de acabar el proceso de creación. Sin embargo, en el ambiente literario también existen grandes diferencias entre países de habla inglesa y países de habla hispana, mientras que escritores estadounidenses como Sharon lee o Mike Bennett superan los 2.500 dólares mensuales gracias a Patreon, escritores de España

como Elisabet recibe 31 dólares por capítulo. Por lo tanto podemos concluir que la diferencia también es notoria para los escritores. (El rincón de cabal, 2016)

## 5. PATREON EN ESPAÑA

El caso de España es muy distinto al de otros países. El idioma, la cultura o el desconocimiento de este modelo son uno de las grandes barreras que se encuentran los usuarios españoles al querer buscar financiación a través de Patreon; A pesar de esto hay varios productores españoles que han conseguido aprovechar esta plataforma.

### CASOS DE INCERTIDUMBRE

Es complicado encontrar proyectos en español debido a la imposibilidad de buscar proyectos por país o idioma, además no existen cuentas españolas en las redes sociales ni campañas específicas. A todo esto se le suma el desconocimiento del modelo de la plataforma por parte de muchas personas.

#### Canino

Comenzamos analizando el caso de Pedro Berruezo, escritor, novelista y guionista español el cual lleva más de diez años escribiendo en medios como fotogramas, eldiario.es, GQ, Superjuegos, FHM entre otros muchos, es también junto con Yago García y Noel Ceballos, uno de los creadores de Canino una web de información y crítica cultural que optó por empezar a utilizar Patreon hace 2 años.(Canino, 2017) Este usuario con 60 mecenas consigue alrededor de 400 euros tras descontar la comisión y el cambio dólar-euro debido a que la plataforma te obliga a cobrar en dólares y a través de PayPal,. La queja de Pedro es que aún no ha llegado a ser autosuficiente con la plataforma y que tiene que recurrir a la publicidad para conseguir unos ingresos extra que hagan sostenible su proyecto. También denuncia que su permanencia en Patreon se debe a que es la única alternativa que le ofrece la posibilidad de financiación mensual periódica. (Patreon “Canino”, 2018)

**Tabla 5.1. Recompensas que reciben los mecenas de Canino según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
\$2	Acceso al contenido exclusivo Nesletter donde se resume la semana, informa de sorteos y demás.
\$5	Participación en sorteos periódicos de comics, videojuegos, música, etc. Todo lo de la recompensa anterior
\$10	Regalo de una camiseta exclusiva de canino Todo lo de la recompensa anterior
\$20	Acceso gratuito a charlas, seminarios y fiestas Todo lo de la recompensa anterior

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

## PolitiBot

Otro caso a analizar es el caso de Eduardo Suarez y María Ramírez, ellos tampoco consiguen que su Patreon consiga ser autosuficiente para una financiación mensual completa sino que también lo usan como un complemento a esta, no es la única forma necesaria para poder conseguir una remuneración.

Eduardo y María son los creadores de PolitiBot, un bot para Telegram y Facebook Messenger, que contextualiza, analiza y aporta datos políticos sin ningún sesgo político.

PolitiBot nació en la campaña del 26j ofreciendo gráficos, artículos para leer, notas de voz breves analizando cosas muy concretas, todo sobre política española. Más tarde tras recibir una ayuda de Google de 50.000 euros empezaron con la creación de un podcast quincenal de contenido político y comenzaron a dar información, datos de interés y gráficos no solo de España sino también de política internacional. (Patreon “PolitiBot”, 2018)

PolitiBot es un servicio gratuito para los usuarios, pero esto no quita para que sea sostenible y monetizable, en Patreon son 225 los mecenas que apoyan y que aportan alrededor de 500 euros mensuales, aparte se financian gracias patrocinios, venta de plataformas para la creación de bots y venta del acceso a usuarios para poder hacer encuestas además de la ya mencionada ayuda de Google. En su página de Patreon puedes aportar de uno a cien dólares mensuales, pero independientemente de tu aportación la recompensa que recibes es mínima. (Xataka, 2017)

## Incognitosis

Javier Pastor escritor en Xataka y creador del blog Incognitosis, busca apoyo creando una campaña en Patreon para dar salida a su blog y conseguir una remuneración por este blog que lleva en activo 12 años. Incognitosis es un blog sobre tecnología en el que se analizan semanalmente smartphones, tablets y otros periféricos además de dar su opinión sobre empresas tecnológicas y demás. Cada cierto tiempo Javier Pastor escribe un artículo en su blog recopilando las conclusiones que saca mientras está utilizando Patreon;

El 15 junio 2015, escribe el primer post acerca de sus experiencias en la plataforma, tras un mes en la plataforma Javier se sorprende por la aceptación y las aportaciones de los patrons, consigue reunir 30\$ brutos mensuales a través de 15 mecenas. Las recompensas iban desde hasta La comunicación con sus seguidores gana importancia y tuvo que instaurar una especie de red social entre creador y seguidores con las posibilidades que la plataforma daba. (Javier Pastor, 2015)

**Tabla 5.2. Recompensas que reciben los mecenas de Javier Pastor según su aportación (2018)**

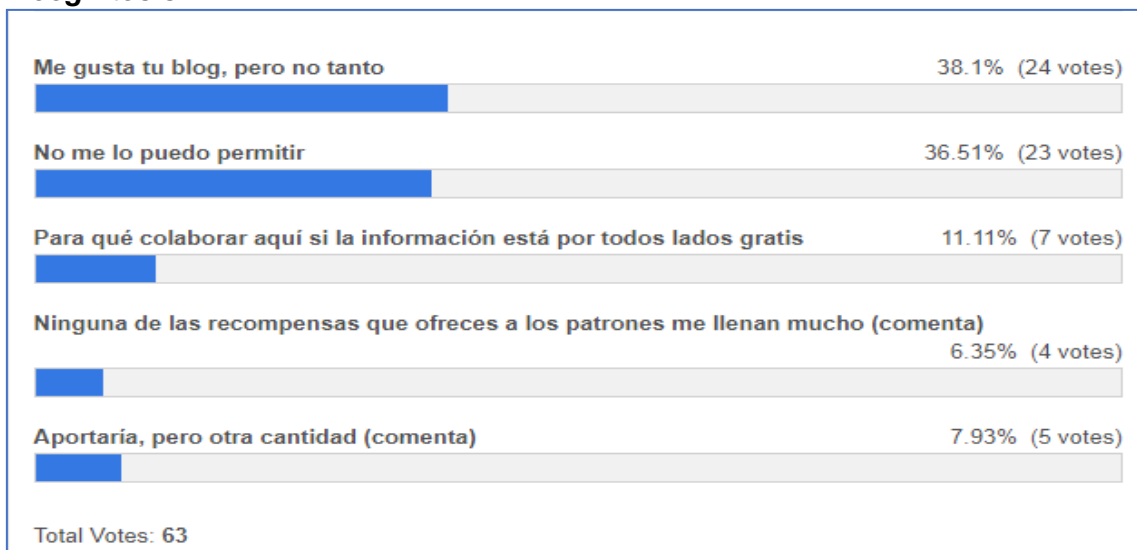
Aportación mensual	Recompensa
\$1	Acceso a las actualizaciones dentro de Patreon, Acceso a una vía de comunicación más frecuente.
\$3	Acceso a encuestas para decidir los temas de los post, Acceso a todo lo anterior.

<b>\$5</b>	Acceso a las ideas sobre los post un día antes, Acceso a todo lo anterior
<b>\$10</b>	Acceso a un directo mensual para debatir los temas que surjan Acceso a todo lo anterior
<b>\$20\$</b>	Elegir un tema de un post mensual en la línea de la temática del blog Acceso a todo lo anterior
<b>\$120\$</b>	Dirigido a empresas, posibilidad de poner su logo o marca comercial en el blog.
<b>\$175\$</b>	Dirigido a marcas, hablará de un servicio o producto de la marca que ha aportado.

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

En el segundo mes las cosas tampoco habían cambiado mucho, mismo patrons y aportaciones. Teniendo 1400 usuarios únicos diarios le extraña que menos de un 1% sean capaces de aportar y culpa a la mentalidad española de “todo gratis” frente a la de Estados unidos, cuyos creadores de contenidos son más apoyados por su público. Al no verse contento con los resultados de su Patreon pregunta a los usuarios del blog el porqué de la poca acogida.

**Gráfico 5.3. Encuesta sobre la poca acogida de la campaña de Patreon de Incognitosis**



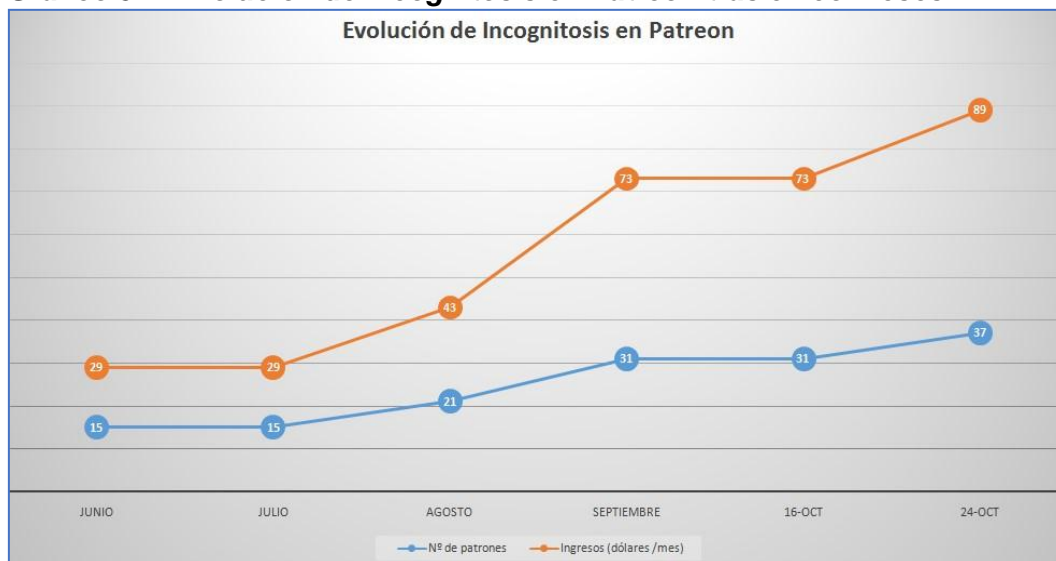
(Fuente: Javi Pas, 2015)

Al realizar la encuesta saca en claro que no hay ningún elemento diferencial entre su blog y cualquier otro, consigue aumentar su número de seguidores hasta 21 y con ello



consigue 43 Se plante interactuar más con los patrons y hacer contenido exclusivo para ellos. En el Cuarto mes la evolución es sorprendente aumenta 9 nuevos patrons lo que hace que la cantidad de dólares recibidos mensualmente alcance los 75\$. El autor decide añadir recordatorios de su campaña de Patreon en cada post además de compatibiliza esta campaña con la posibilidad de realizar pagos puntuales. Tras 6 meses en la plataforma no había logrado sacar las pautas de funcionamiento del lector, se encuentra decepcionado porque aumentar el ritmo de publicación no hace que aumente el número de mecenas aunque sí aumenta el número de donaciones puntuales, esto le hace instaurar un sistema de donaciones variables.

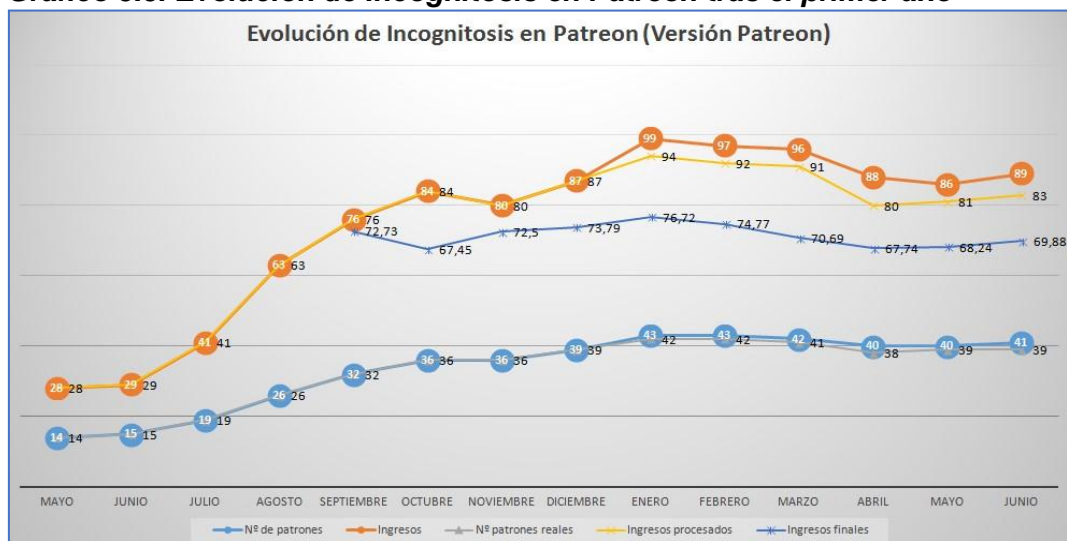
**Gráfico 5.4. Evolución de Incognitosis en Patreon tras cinco meses**



(Fuente: Javi Pas, 2015)

Pasado un año desde el inicio de su campaña haciendo cambios para adaptar la campaña a las preferencias de sus mecenas empieza el declive y comienza a buscar alternativas como MEZENAX, DRIP o LiberaPay. Tras analizar las tres plataformas se decanta por LiberaPay. (Javi Pas, 2016)

**Gráfico 5.5. Evolución de Incognitosis en Patreon tras el primer año**



(Fuente: Javi Pas, 2015)

A día de hoy la campaña de Patreon sigue abierta, cuenta con 20 patrons que le reportan 37\$ mensuales. (Patreon “incognitosis”, 2018)

El escritor cree que es muy incomodo tener que estar constantemente recordando a su audiencia que está en la plataforma y que el problema está en la mentalidad de nuestra sociedad y en el escaso consumo de contenido de pago de esta.

Como hemos podido observar, todos los casos descritos anteriormente denuncian que Patreon es la única opción actual para conseguir micropagos recurrentes con el objetivo de tener un sueldo todos los meses para poder llevar a cabo proyectos más exigentes sin tener que acudir a la publicidad como única vía de obtención de ingresos. Por otro lado, los usuarios se ven discriminados por el idioma y creen que dan más ventajas a los creadores de contenido en ingles, también esperan que la compañía haga cambios en la plataforma para dar las mismas ventajas a contenidos en nuestro idioma puesto que el índice de éxito de un contenido hispanohablante es bajo. (Xataka, 2017)

## CASOS DE ÉXITO

### Anait Games

Pep Sànchez creador de Anait Games y redactor en Eurogamer cuenta que tras descender los ingresos publicitarios tuvo probar Patreon como una medida desesperada.

Actualmente superan los 800 mecenas y lo que les proporciona algo más de 4.500 dólares, la base de su éxito puede deberse a que mucha gente ya les conocía y tenía una comunidad que conocía el trabajo que venían realizando. (Patreon “Anait Games”, 2018)

Según Pep, el mantenimiento de un proyecto es posible con la plataforma, pero crea el proyecto desde cero es imposible. Además declara que al ser los usuarios los que realizan las aportaciones dinerarias hay que cumplir con unas expectativas que otras fuentes de financiación no exigen. A parte de esto afirma que utilizan Patreon por ser el servicio más conocido pero que “ya va siendo hora” que apueste por contenido en otros idiomas (Xataka, 2017).

**Tabla 5.6. Recompensas que reciben los mecenas de Anait Games según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
\$2	Acceso a un podcast exclusivo al año Entras en el sorteo de un juego al mes
\$5	Acceso anticipado de dos días a los podcast Acceso a una sección de preguntas extra Acceso a un podcast exclusivo Todo lo de la recompensa anterior
\$10	Acceso a un podcast quincenal sobre películas y series Entrar en el sorteo de un juego extra al mes Todo lo de la recompensa anterior

<b>\$20</b>	Participación en el podcast en persona o por skype Entrada gratis y anticipada a Anait Fiestas Regalado de un videojuego Todo lo de la recompensa anterior
<b>\$50</b>	Participación en las reuniones mensuales de contenido por skype Todo lo de la recompensa anterior
<b>\$350</b>	Un banner en la página (para empresas)

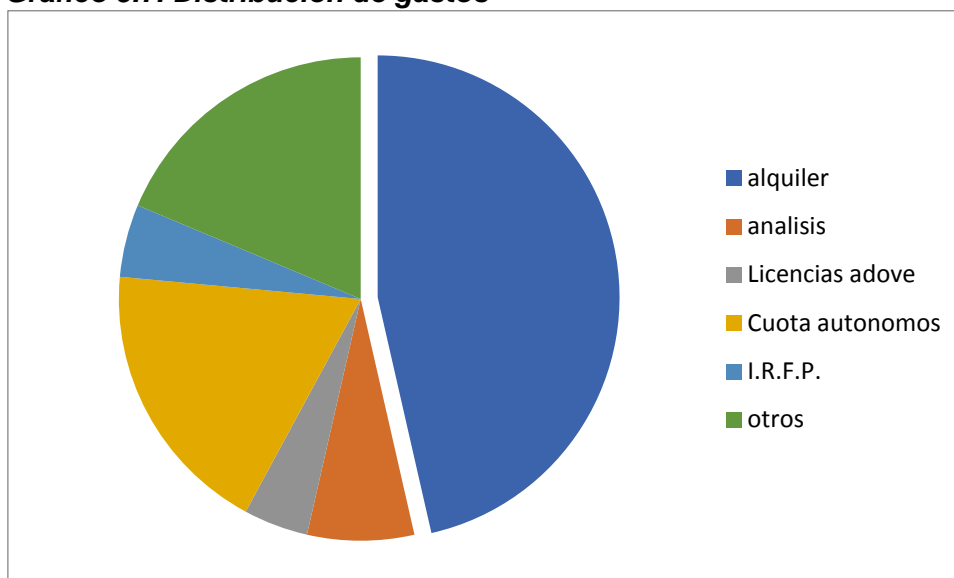
(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

Además de Anait Games existen otros casos de éxito hispano hablante en la plataforma Jose Altozano, Dayo Script en internet, periodista y crítico y Jaime Altozano músico y productor musical, ambos creadores de contenido en la plataforma Youtube.

### Dayo Script

Dayo, crítico de videojuegos, cine y series en YouTube desde 2015, comenzó a utilizar Patreon en abril de 2016. Para ese momento su objetivo era llegar a 1400 dólares mensuales, que tras el cambio y la comisión de Paypal se queda en 1165€. De los cuales más de un 45% son para pagar el alquiler y casi un 25% entre la cuota de autónomos y el I.R.P.F. A día de hoy cuenta con 439.500 de suscriptores en YouTube y con más de 66 millones de reproducciones en todos sus videos. (Youtube, 2016)

#### Gráfico 5.7. Distribución de gastos



Fuente: Elaboración propia según los datos de YouTube, 2016)

Consiguió llegar a su objetivo pocos meses después de comenzar con su propuesta y a día de hoy son 521 los mecenas que apoyan su contenido con aportaciones.

**Tabla 5.8. Recompensas que reciben los mecenas de Dayo Script según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
\$1	correos con actualizaciones y planes de futuro, acceso al contenido Premium, aparece el nombre al final de cada video
\$5	Escoger el tema de un video de cada mes, acceso al Discord para patrons, Todo lo de la recompensa anterior.

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

Este “éxito” se puede justificar en que cuando comenzó en YouTube gano cierta fama y una base de fans fieles y adultos, al iniciarse en Patreon una parte de sus seguidores estaban dispuestos a aportar (Patreon “dayo script”, 2018)

### Jaime Altozano

Jaime Altozano músico y productor musical, comenzó a subir videos en YouTube en 2016 al inicio de su carrera como creador de contenido hacia covers de canciones, más tarde empezó a analizar canciones populares o explicar hábitos y similitudes entre ellas, fue aquí cuando se popularizó. En septiembre de 2017 inició su campaña en Patreon que es apoyada por 1100 mecenas. Hoy en día cuenta con 876.500 suscriptores en YouTube y con videos que superan los 3 millones de reproducciones (Patreon “Jaime altozano”, 2018).

**Tabla 5.9. Recompensas que reciben los mecenas de Jaime Altozano según su aportación (2018)**

Aportación mensual	Recompensa
\$2	Acceso al detrás de la cámaras, donde se cuentan curiosidades y se aportan ideas Acceso a una feed privada para mecenas
\$7	Participar en una encuesta de elección del tema Acceso a un directo de preguntas y respuestas al mes Todo lo de la recompensa anterior

(Fuente: elaboración propia según datos de Patreon, 2018)

Llama la atención que las recompensas que se ofrecen no son muy llamativas comparadas con las que ofrecen los creadores de contenido estadounidenses. Pero a su vez estas últimas son más interesantes que las de los caso anteriores, ofrecen recompensas ambiciosas, como regalos de merchandising, contenido exclusivo o el acceso a contenido en directo, aquí se ofrece poco más que el acceso al canal de Discord o ser mencionado en algún video. (Jaime Altozano, 2017)

Si nos ponemos a analizar los casos que consideramos exitosos, observamos que, aún siendo las recompensas menos ambiciosas que los creadores no hispanohablantes, son lo suficientemente ambiciosas para que una parte de su

audiencia aporte. Tenemos que tener en consideración que estos últimos ya poseían un cierto prestigio en redes y una gran base de fans fieles. Consideramos también que el contenido que publican es único y diferenciado y la frecuencia de publicación es alta.

Por lo tanto, podemos concluir que la problemática en España se debe tanto a los creadores como al público objetivo, pero también se debe a que la plataforma no apoya este contenido. El consumo de contenido de pago en España, aunque se ha visto incrementado en los últimos 4 años, sigue estando muy por debajo de la media de países como Alemania, Francia o Estados Unidos. Los creadores de contenido no premian al público que paga con contenido que merece la pena, en los casos que hemos visto normalmente perjudican al que no paga. Además de esto se le suma el poco soporte que se le da al contenido en castellano, solo cuenta con redes sociales en inglés, la página no está traducida al castellano y no hay posibilidad de buscar creadores por idioma o país.

## **6. ALTERNATIVAS A PATREON**

Aunque Patreon sigue siendo quien domina el ámbito de micro mecenazgos para proyectos creativos, en los últimos años han ido surgiendo una serie de alternativas a esta plataforma.

En 2012 la compañía Laber Ghostly Internacional lanzó D.RIP una forma de que la gente apoyase a músicos mediante suscripciones. Dos años después fue adquirida por la empresa Kickstarter, y cambio su formato para ayudar a todo tipo de disciplina como artistas, escritores, diseñadores de videojuegos o cineastas. (Oremacs, 2017) (Omicrono, 2017)

D.RIP se define como una herramienta para encontrar y crear una comunidad a través de una práctica creativa. (D. Rip, 2017)

LiberaPay es una organización sin ánimo de lucro fundada en 2015 que tiene el objetivo de proporcionar unos servicios de financiación periódica a través del público. (Wikipedia, 2017).

Liberapay no cobra comisiones, financia su propia actividad como si fuese un proyecto más. (Liberapay, 2017)

Flattr es un sistema de micro pagos por internet fundado en 2010 por la compañía sueca que creó AdBlock Plus. (Wikipedia, 2017)

Esta plataforma funciona de forma un poco distinta a como lo hace Patreon, con Flattr no eliges que la cantidad y a quien entregas tu dinero, sino que ingresas una cantidad mensual y ese dinero se reparte equitativamente entre los sitios que haya elegido durante ese mes. Principalmente es utilizada para el sostenimiento de páginas web. (Flattr, 2017)

Steady se trata de una plataforma para apoyar a bloggers, youtubers y podcasters de forma periódica, opera de dos formas, la forma sin coste para los usuarios, que permite acceder al contenido pero tiene publicidad, y la forma con coste que está libre de anuncios. (Steady Founds Now, 2018)

En septiembre de 2016 se creó Mezenax una plataforma de micro mecenazgo dirigida a artistas y público hispanohablante, funcionaba de la misma manera de Patreon pero

cubriendo las carencias que esta tenía en el contenido en español. Lamentablemente en noviembre de 2017 se vio obligado a cerrar. (Mezenax, 2016)

## CONCLUSIÓN

Una vez expuesto el siguiente trabajo y tras un análisis exhaustivo del funcionamiento de la plataforma Patreon podemos sacar varias conclusiones.

El nacimiento de este tipo plataformas ha sido posible gracias la evolución que ha tomado la sociedad en los últimos 10 años; actualmente más de la mayoría de la población mundial tiene acceso a internet y a su vez cuentan con Smartphone o tablet para acceder. El consumo de contenido online en plataformas como Youtube, Netflix, IBox, Soundcloud o incluso prensa online sustituyen las formas de consumo tradicional de radio, televisión y prensa. A todo esto se le añade que, tras la crisis financiera, las PyMEs necesitan recurrir a fuentes de financiación alternativas ya que la financiación bancaria no es tan accesible.

Analizando los casos de más éxito a nivel mundial hemos podido observar que el modelo que utiliza la plataforma es muy válido para un tipo de creador de contenido específico y se adapta tanto a las características del creador como a las peticiones del público.

Por el contrario, al analizar varios casos de creadores de contenido en español, la situación es muy diferente, la mayoría de casos que hemos estudiado no podemos definirlos como campañas exitosas. Podemos justificar este fenómeno en que, por lo general, aún es muy difícil que la población española pague por algo que puede consumir de forma gratuita, a esto también se le suma que la plataforma no está adaptada al contenido en castellano, la web de Patreon solo está disponible en inglés, no hay redes sociales en castellano ni posibilidad de buscar contenido por país o idioma además de el desconocimiento por parte de la población española de la plataforma. Podemos también achacar este fracaso a las insuficientes recompensas ofrecidas por la mayoría de los creadores. Aún con estos problemas hay creadores españoles que han sabido destacar y consideremos que sus campañas han tenido éxito. Esto se puede justificar en que, estos usuarios ya tenían un gran público detrás, ofrecen recompensas interesantes y el contenido que hacen es de calidad y adaptado a la plataforma donde es publicado.

La adaptación de la web al contenido en castellano o el intento de dar a conocer la plataforma entre la población española son dos de los cambios que deben producirse para que el contenido español pueda triunfar en la plataforma.

Podemos concluir que Patreon está destinado a un tipo de creador de contenido específico. Debe tener una gran base de seguidores dispuestos a aportar, las recompensas que debe ofrecer tienen que ser ambiciosas pero posibles a su vez y antes de empezar se debe estudiar si esta plataforma se adapta a lo que quieres conseguir. Porque Patreon es perfecto para mantener un proyecto pero no para iniciarlo.

## BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

ABC [Sitio web] 2018. "Segunda era dorada del podcast" [consulta Noviembre 2018] Disponible en: [https://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-segunda-edad-dorada-podcast-formato-audio-nunca-201805291220\\_noticia.html](https://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-segunda-edad-dorada-podcast-formato-audio-nunca-201805291220_noticia.html)

ANAITRELOAD [Sitio web] 2018, "Perfil de Anaitreload en patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/anaitreload>

ASOCIACIÓN DE ECONOMÍA DE EDUCACIÓN (AEDE) [Sitio web] 2014. "Evolución de los lectores de prensa" [consulta: Noviembre 2018] Disponible en: <http://www.economicsofeducation.com/>

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) [Sitio web 2014]. "Edad de los lectores de prensa en papel y digital"[consulta: Octubre 2018 ] Disponible en: <https://www.aimc.es/>

BEATRIZXE [Sitio web] 2018. "Que es y cómo funciona Patreon"[Consulta: Noviembre 2018] Disponible en : <https://beatrizxe.com/es/blog/que-es-como-funciona-patreon.html>

BERENICE RAZZANI [Sitio web] 2014. MONOGRAFÍAS: La era digital: Los medios gráficos... Continuarán?" [Consulta: Octubre 2018] Disponible en <https://www.monografias.com/trabajos102/era-digital-medios-graficos-a-continuaran/era-digital-medios-graficos-a-continuaran.shtml>

CANINO [Sitio web] 2018. "Perfil de Canino en patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/canino>

CHAPO TRAP HOUSE [Sitio web] 2018. "Perfil de ChapoTrapHouse en patreon" [Consulta Julio 2018] Disponible en : <https://www.patreon.com/chapotraphouse>

CITIBANK [Sitio web] 2017. "Evolución de los préstamos por parte del sistema bancario en España desde el comienzo de la crisis hasta 2016"[Consulta Enero 2017] Disponible en: <https://www.citibank.com.co/COGCB/JSO/signoff/Signoff.do>

CRISHTOFER MOORE [Sitio web] 2017. "What is your review of patreon" [Consulta Noviembre 2018] Disponible en <https://www.quora.com/What-is-your-review-of-Patreon>

DAYO SCRIPT [Sitio web] 2018. "Perfil de Dayo script en patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/dayo>

DIGITAL NEWS REPORT [Sitio web] 2018. "El podcast formato emergente de consumo informativo en España" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <http://www.digitalnewsreport.es/2018/el-podcast-formato-emergente-del-consumo-informativo-de-los-usuarios-de-noticias-digitales-en-espana/>

D.RIP [Sitio web] 2017. "Discover" [Consulta noviembre 2018] Disponible en: <https://d.rip/discover>

ENMA RODERO [Sitio web] 2013. "conocimiento y consumo del podcast" [consulta Noviembre 2018] Disponible en : <http://documents.emmarodero.com/027-evolucion%CC%81ndelconocimientoyconsumodepodcasts.pdf>

EL PERIODICO [Sitio web] 2018. "El fenómeno Netflix llega a 17 millones de usuarios" [Consulta: Octubre 2018] Disponible en:



<https://www.elperiodico.com/es/tele/20180123/fenomeno-netflix-llega-17-millones-usuarios-6571413>

EL RINCON DE CABAL [Sitio web] 2016. "Otra forma de ganar dinero siendo escritor"[consulta Noviembre 2018] Disponible en: <https://cabaltc.com/autopublicacion-ciencia-ficcion/patreon/>

ESTHER PIZARRO [Sitio web] 2017. "Podcast vs radio tradicional que camino tomara el periodismo radiofonico"[consulta: Octubre 2018] Disponible en: <http://www.esther-pizarro.com/podcasts-vs-radio-tradicional-que-camino-tomara-el-periodismo-radiofonico/>

EXPANSIÓN [Sitio web] 2018. "En España el 85% de la población está conectada" [Consulta Noviembre 2018] Disponible en: <http://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2018/02/01/5a72e73a22601db2288b4658.html>

FORBES [Sitio web] 2017. "The future of media buying : YouTube versus traditional TV" [Consulta: Octubre 2018] Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/-2018/01/16/the-future-of-media-buying-youtube-versus-traditional-tv/>

FUNDABLE [sitio web] 2016. "What is Crowdfunding" [Consulta: Enero 2017] Disponible en <https://www.fundable.com/>

GOOGLE PARTNERS [Sitio web] 2017. "Google partners connect"[Consulta. Octubre 2018] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=eCvhpUVRHE&index=4&list=LLeJrJPAIBNxFlpQcVqZQiuQ>

GOOGLE TRENDS [Sitio web] 2017. "Termino crowdfunding " [Consulta Febrero 2017:] Disponible en: <https://trends.google.es/trends/?geo=ES>

INCOGNITOSIS [Sitio web] 2018. "Perfil de Incognitosis en patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/javipas>

INTERNET WORLD STATS [Sitio web] 2018. "Penetración de internet a nivel mundial" [consulta: Julio 2018] Disponible en: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

JACK CONTE [Sitio web] 2013. "What de musicians the service Patreon" [Consulta] Disponible en Noviembre 2018]: <https://www.quora.com/What-do-musicians-think-of-the-service-Patreon>

JAIME ALTOZANO [Sitio web] 2017. "Quien soy" [Consulta noviembre 2018] Disponible en: <https://jaimealtozano.com/quien-soy/>

JAIME ALTOZANO [Sitio web] 2018. "Perfil de Jaime Altozano en patreon" [Consulta noviembre 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/jaimealtozano>

JASSON VISSERS: [Sitio web] 2017. "Patreon review" [Consulta Noviembre 2018] Disponible en: <https://www.merchantmaverick.com/reviews/patreon-review/>

JAVI PAS [Sitio web] 2015. "Javier Pastor: 100 dólares mes cerca" [Consulta Octubre 2018] Disponible en <https://javipas.com/2015/10/24/patreon-anima-100-dolares-mes-cerca/>

JAVI PAS [Sitio web] 2015. "Javier Pastor: cuatro meses en Patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://javipas.com/2015/09/15/cuatro-meses-patreon/>

JAVI PAS [Sitio web] 2015. "Javier Pastor: Dos meses en Patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://javipas.com/2015/07/15/patreon-dos-meses/>

JAVI PAS [Sitio web] 2015. "Javier Pastor: tres meses en Patreon lecciones aprendidas" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: (<https://javipas.com/2015/08/15/tres-meses-patreon-lecciones-aprendidas/>)

JAVI PAS [Sitio web] 2015. "Javier Pastor: Un mes en Patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://javipas.com/2015/06/15/un-mes-en-patreon/>).

KANTAR MEDIA [Sitio web] 2017. "Evolución del consumo anual de TV (2010-2017)" [Consulta: Octubre 2018] Disponible en : <https://www.kantarmedia.com/es>

KICKSTARTER [Sitio web] 2017. "Qué es kickstarter" [Consulta Febrero 2017] Disponible en: <https://www.kickstarter.com>

LIBERAPAY [Sitio web] 2017. [Consulta] Disponible en: <https://es.liberapay.com/>

MARKETING 4 ECOMMERCE [Sitio web] 2018. "Penetración de las redes sociales por países" [Consulta: Julio 2018] Disponible en : <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-mas-usuarios-mundo-2018/>

MARKETING CHARTS [Sitio web] 2017. "The state of traditional TV: Updated With q2 2017 data "[Consulta Octubre 2018] Disponible en :<https://www.marketingcharts.com/featured-24817>

MARTA LAZARO [Sitio web] 2014. " el podcast y la radio a la carta" [consulta Noviembre 2018] Disponible en. <https://www.seas.es/blog/varios/el-podcast-y-la-radio-a-la-carta/>

MASSOLUTION [Sitio web] 2012. Crowdfunding : market trend, composition and crowdfunding plataformas [consulta Noviembre 2018] Disponible en: <http://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolutionabridged-Crowd-Funding-Industry-Report1.pdf>

MASSOLUTION. [Sitio web]. 2017."Dependencia del sistema bancario". [Consulta:Enero 2017 ]. Disponible en:<http://www.massolution.com/>

MEZENAX [Sitio web] 2017. "Que es mezenax" [Consulta diciembre 2018] Disponible en: [www.mezenax.es](http://www.mezenax.es)

NIELSEN [Sitio web] 2017. "Hábitos de ver la televisión están cambiando" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.nielsen.com/es/es.html>

OMICRONO [Sitio web] 2017. "La plataforma de financiación para creadores"[Consulta noviembre 2018] Disponible en :<https://omicronno.elespanol.com/2017/11/drip-la-plataforma-de-financiacion-para-creadores/>

OREMACS [Sitio web] 2017. "Alternativas a Patreon" [Consulta diciembre 2018] Disponible en: <https://oremacs.com/2017/12/10/patreon/>

PATREON [Sitio web] 2017. "Explore creators" [Consulta: Enero 2017] Disponible en: <https://www.patreon.com>

PETER TURNER: [Sitio web] 2018 "What is your review of patreon" [Consulta Noviembre 2018] Disponible en <https://www.quora.com/What-is-your-review-of-Patreon>

PHILLIP DEFranco [Sitio web] 2018. "Perfil de Phillip DeFranco en patreon" [Consulta Julio 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/DeFranco>

POLITIBOT [Sitio web] 2018. "Perfil de PolitiBot en patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/politibot>

PURO MARKETING [Sitio web] 2017. "La audiencia de la televisión envejece y los jóvenes ya no ven sus noticias" [Consulta Octubre 2018] Disponible en : <https://www.puromarketing.com/45/29721/audiencia-television-envejece-jovenes-ven-noticias.html>

SIMONE GIERTZ [Sitio web] 2018. "Perfil de Simone Giertz en patreon" [Consulta Julio 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/simonegiertz>

SOUNDCLOUD [Sitio web] 2018. "ChapoTrapHouse" [Consulta Julio 2018] Disponible en: <https://soundcloud.com/chapo-trap-house>

STÁNDAR UK [Sitio web] 2016. "Distribution of radio listeners" [Consulta Octubre 2018] Disponible en <https://www.standard.co.uk/>

STATISTA [sitio web] 2018. statista.com [Consulta: julio 2018] "Análisis Penetración de internet a nivel mundial". Disponible en <https://www.statista.com/>

STATISTA [sitio web] 2014. statista.com" Distribución por edad de los usuarios de internet" [Consulta: Julio 2018] Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/600738/distribucion-por-edad-de-los-usuarios-de-internet-a-nivel-mundial/>

STEADY FOUNDS NOW [Sitio web] 2018, "Business loan" [Consulta diciembre 2018] Disponible en: <http://www.steadyfundsnow.com/>

SUBCULTURA [Sitio web] 2017. "Consejos sobre patreon " [Consulta Noviembre 2018] Disponible en : (<http://subcultura.es/blogs/valerian32/consejos-sobre-patreon-23376/>)

THE MORNING TOAST [Sitio web] 2018. "Perfil de The morning toast en patreon" [Consulta Julio 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/themorningtoast>

TRACK ALYTICS [Sitio web] 2018. "Phillip DeFranco" [Consulta Julio 2018 ] Disponible en: <https://www.trackalytics.com/youtube/user/sxephil/>

TRENDS. E STRATEGY BLOG [Sitio web ] 2016. " Reach of online radio vs podcast, 2000- 2016" [Consulta Octubre 2018 ] Disponible en: <http://trends.e-strategyblog.com/2016/07/20/reach-of-online-radio-vs-podcasts-2000-2016/27326>

TRY GUYS [Sitio web] 2018. "Perfil de Try Guys en patreon" [Consulta Julio 2018] Disponible en: <https://www.patreon.com/tryguys>

VALENTÍN ACCONCIA [Sitio web] 2016. "Valentín Acconcia: Consejos patreon" [Consulta Noviembre 2018] Disponible en: <https://vanacco.com/consejos-patreon/>

WIKIPEDIA [Sitio web] 2017."Flattr" [Consulta diciembre 2018] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Flattr>

WIKIPEDIA [Sitio web] 2017. "Liberapay" [Consulta diciembre 2018] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Liberapay>

WIKIPEDIA [Sitio web] 2018. "Phillip DeFranco" [Consulta Julio 2018] Disponible en: [https://en.wikipedia.org/wiki/Philip\\_DeFranco](https://en.wikipedia.org/wiki/Philip_DeFranco)

XATAKA [Sitio web] 2017. "Hay creadores que creen vivir de sus mecenas y no de la publicidad, así le va al español en Patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.xataka.com/servicios/hay-creadores-en-internet-que-creen-en-vivir-de-sus-mecenas-y-no-de-la-publicidad-asi-le-va-al-espanol-en-patreon>

XATAKA [Sitio web] 2017. "Un viaje a los circuitos de PolitiBot, el bot que genera adictos a la política, ahora también en facebook Messenger" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.xataka.com/especiales/un-viaje-a-los-circuitos-de-politibot-el-bot-que-genera-adictos-a-la-politica-ahora-tambien-en-facebook-messenger>

YOUTUBE [Sitio web] 2018. "DeFranco Show" [Consulta Julio 2018] Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/>

YOUTUBE [Sitio web] 2016 "Importante, PostScript está en Patreon" [Consulta Octubre 2018] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=K08hJDSkU7Q>